

Controlling ist besser

**von Alexander Brouwer, Beratungsleiter dbc GmbH
Internet-Plattform für die Marketingkommunikation.**

Vertrauen ist gut, Controlling aber noch viel besser – dies gilt auch für das Marketing. Obwohl sich Mediendatenbanken zur Unterstützung der Marketingaktivitäten gerade in Unternehmen mit heterogenen Vertriebsstrukturen, weit verzweigten Vertriebsnetzen oder internationalen Geschäftsbeziehungen mittlerweile durchgesetzt haben, vermisst man hier bis heute Funktionen für ein effektives Controlling. Dabei existieren am Markt Branchen adressierte Lösungen, die als Internetplattform für das Marketing die Vorteile einer konventionellen Mediendatenbank mit einem umfangreichen Controlling kombinieren – und damit nicht nur eine Steuerung, sondern auch gezielte Überwachung aller Aktivitäten erlauben.

Der Zugriff auf die Dokumente und Informationen erfolgt geregelt, so dass zusätzlich auch externe Projektpartner wie Journalisten, Händler oder Agenturen über definierte Bereiche eingebunden werden können. Damit lässt sich sicher besonders bei heterogenen Unternehmensstrukturen der personelle Aufwand bei der Koordination mit Vertriebspartnern und Distributoren reduzieren.

Alle Vorteile einer Mediendatenbank.

Durch die hohe und allseitige Verfügbarkeit der Inhalte innerhalb einer Internetplattform lassen sich zudem neue Marken und Kommunikationsinhalte schneller verbreiten, ohne dass aufwendige Installationen nötig werden. Auf diese Weise lässt sich kostengünstig die Interaktion zwischen Projektmitarbeitern und -gruppen signifikant verbessern und die Entwicklungszeiten für Kampagnen und Werbemittel durch einen beschleunigten Austausch über den Status von Arbeitsergebnissen verkürzen.

Vorgaben durchsetzen...

Vorgaben und Standards für Pressevorlagen, Messlayouts etc. lassen sich in einer solchen Kommunikationsplattform zentral definieren und den Projektmitarbeitern zur Verfügung stellen. Doch die Durchsetzung von Vorgaben und Standards kann nur durch die Kombination von Koordination und Kontrolle erreicht werden. In Produktion und Fertigung spielt das Controlling schon länger eine Erfolgs entscheidende Rolle: ein Kommunikationsportal, das tatsächlich mehr bietet als eine Datenbank, integriert deshalb umfangreiche Funktionen für das Controlling von Marketingprojekten. Die Marketingabteilung erhält dabei Funktionen an die Hand, mit denen der Projektfortschritt und auch zukünftige Maßnahmen kontrolliert werden können – so dass sich im Zweifelsfall Gegenmaßnahmen frühzeitig einleiten lassen.

...durch Transparenz.

Denn: alle durchgeführten Maßnahmen wie Werbemittel, TV-Clips, Kosten etc. sind im System dokumentiert und können so jederzeit nachvollzogen und überprüft werden. Im System integrierte Entscheidungsstrukturen sichern, dass Entwürfe für Bilder, Layouts, Texte etc. vor Publikation überprüft und freigegeben und neue Kommunikationsmaßnahmen nicht

nur geplant, sondern vorher auch genehmigt werden. Nur auf diese Weise lassen sich die von konventionellen Lösungen versprochenen Kostensenkungen tatsächlich realisieren.

Effektives Controlling – konsistente Markenführung.

Besonders Unternehmen mit hoher Markensensibilität vertrauen auf eine derartige Kommunikationsplattform – nicht nur für die Überwachung der eigenen Marke, sondern auch für die gesamte Unternehmenskommunikation inklusive Presse- und Geschäftsberichten oder Messeauftritten. Dies garantiert dem Unternehmen trotz heterogener Strukturen eine einheitliche und konsistente Markenführung – wenn nötig weltweit.

Weitere Informationen:

www.dbc-gmbh.com

Quelle:marketing.de

© 1997-2005 infomarketing GmbH, Frankfurt am Main